

INTISARI

Ni Putu Indah Permata Dewi_13/346538/EK/19336_Manajemen

Dosen Pembimbing: Dr. B. M Purwanto, M.B.A.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh efikasi diri sebagai variabel internal dan manfaat, kemudahan, serta kredibilitas sebagai variabel eksternal terhadap perilaku nasabah dalam mengadopsi sistem perbankan internet. Objek penelitian ini adalah berbagai bank di Indonesia yang memiliki layanan perbankan internet. Penelitian ini bersifat kuantitatif dan dilakukan dengan metode survei. Kemudian diperoleh jumlah responden sebanyak 200 orang, baik yang sudah maupun belum menggunakan perbankan internet. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik penyampelan non probabilitas tipe penyampelan bersasaran. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan menggunakan 5 (lima) poin skala Likert. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linier berganda dan regresi logistik.

Hasil penelitian yang diperoleh menunjukkan bahwa efikasi diri memiliki pengaruh positif signifikan terhadap manfaat, kemudahan, dan kredibilitas. Kemudian kemudahan juga ternyata memiliki pengaruh positif signifikan terhadap manfaat dan kredibilitas. Hal yang paling penting adalah bahwa manfaat dan kemudahan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap perilaku nasabah dalam mengadopsi sistem perbankan internet. Sedangkan kredibilitas tidak memiliki pengaruh terhadap perilaku nasabah dalam mengadopsi sistem perbankan internet. Dalam penelitian ini juga ditemukan bahwa kemudahan merupakan variabel yang memiliki pengaruh positif signifikan paling besar terhadap perilaku nasabah dalam mengadopsi sistem perbankan internet.

Kata Kunci: Efikasi Diri, Manfaat, Kemudahan, Kredibilitas, Perilaku Adopsi, Perbankan Internet.

ABSTRACT

Ni Putu Indah Permata Dewi_13/346538/EK/19336_Manajemen

Dosen Pembimbing: Dr. B. M Purwanto, M.B.A.

This study aims to examine the effect of self-efficacy as an internal variable and usefulness, ease of use, and credibility as an external variable to customer's behavior in adopting the internet banking system. The objects of this study are various banks in Indonesia that have internet banking services. The method of this study is quantitative research by using survey, with the sample size of 200 people, who already or not already using internet banking. The technique for sample selection is using non probability sampling with the type of purposive sampling. The data were collected by using questionnaire with 5 (five) Likert scale points. The method for data analysis is multiple linear regression and logistic regression.

The result of this study indicates that self-efficacy has a significant positive effect on usefulness, ease of use, and credibility. Then ease of use variable also turns out to have a significant positive effect on usefulness and credibility. The most important thing is usefulness and ease of use have a significant positive effect on the behavior of customers in adopting the internet banking system. While credibility has no effect on the behavior of customers in adopting the internet banking system. In this study also found that ease of use is a variable that has the most positive significant influence on the behavior of customers in adopting the internet banking system.

Keywords: Self Efficacy, Usefulness, Ease of Use, Credibility, Adoption Behavior, Internet Banking.